

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kekayaan alam di Jawa Barat sangat beragam dan berpotensi untuk dijadikan sebagai tempat untuk meningkatkan perekonomian Provinsi Jawa Barat. Sektor pertanian tidak hanya ditunjukan untuk budidaya komoditi pertanian ataupun perkebunan saja, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai tempat wisata. Potensi pertanian di Jawa Barat sebagai besar komoditas tanaman pangan dan budidaya tanaman kebun (*horticulture*). Agrowisata merupakan suatu diversifikasi produk agribisnis yang menggabungkan konsep kepariwisataan bernuansa alam dengan pertanian. Agrowisata dapat berguna menjadi sumber yang digunakan sebagai media pendidikan dan pembelajaran produk pertanian (Nainggolan 2005).

Salah satu cara yang tepat untuk meningkatkan kualitas tempat wisata adalah memanfaatkan kemajuan teknologi yang begitu pesat dengan melakukan promosi dan pemasaran usaha melalui *platform* media sosial yang tersedia. Perkembangan usaha melalui media sosial semakin hari semakin meningkat. Seiring dengan perkembangan zaman yang begitu cepat membuat media internet termasuk kedalam sosial media yang menjadi sarana promosi dan memiliki prospek sangat baik untuk mempromosikan tempat usaha. *Platform* sosial media yang sering digunakan dapat dilihat dari Tabel 1.

Tabel 1 *Platform* yang sering digunakan Masyarakat Indonesia

Aplikasi	Persentase
Youtube	93,8%
Whatsapp	87,7%
Instagram	86,6%
Facebook	85,5%
Twitter	63,6%
Facebook messenger	52,4%
Line	44,2%
Tiktok	38,7%
Pinters	35,6%
Telegram	28,5%
Snapchat	25,4%

Sumber: Kompas.com 2021

Dilihat pada Tabel 1 uraian *platform* sosial media yang sering digunakan masyarakat Indonesia. Ditempati oleh sosial media youtube 93,8%, whatsapp 87,7% dan Instagram diuraikan ke tiga dengan persentase 86,6%. Internet di Indonesia mencapai 202,6 juta hingga januari 2021 bila dibandingkan dengan jumlah pengguna internet pada tahun 2020, ada kenaikan lebih dari 27 juta orang dalam 12 bulan terakhir. Oleh karena itu dengan persentase yang tinggi serta jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan internet maka banyak bermunculan pihak-pihak yang mencoba peruntungan dalam mempromosikan tempat usahanya. Walaupun Instagram menempati posisi ketiga namun, dipilihnya Instagram bukan tanpa alasan. Alasan dipilihnya Instagram sebagai *platform* promosi dikarenakan Instagram sangat unggul dalam menjelaskan produk dan juga dapat memamerkan *branding* sebuah produk atau jasa agar bisa menarik perhatian. Berdasarkan hasil

survei kuisioner, 87% responden lebih memilih media sosial Instagram sebagai media pemasaran.

Dalam mendukung pembangunan sektor pariwisata di Kabupaten Sukabumi maka penelitian ini dilakukan di agrowisata budi daya wortel yang memiliki nama "Maya Wortel" yang merupakan anggota kelompok wanita tani wanasari. Maya Wortel merupakan usaha budidaya dan pemasaran agrowisata yang berlokasi di Kampung Baruroke RT 01/ RW 02 Desa Perbawati, Kecamatan Sukabumi, Kabupaten Sukabumi. Maya Wortel sendiri dimiliki oleh seorang wanita yang bernama Maya Puspa. Pemilik Maya Wortel adalah bendahara dari Kelompok Wanita Tani (KWT) Wanasari yang dinaungi oleh Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Sukabumi. Maya Wortel merupakan usaha milik pribadi yang bergerak dibidang agribisnis tanaman hortikultura yang berdiri sejak tahun 2010.

Untuk lebih meningkatkan dan memperkenalkan keberadaan Maya Wortel yang tidak mencapai target pengunjung yang diinginkan maka dari itu penelitian memiliki ide untuk melakukan promosi dan perluasan pasar melalui Instagram. Maya Wortel itu sendiri merupakan perkebunan yang memiliki pengunjung yang cukup banyak setiap harinya namun, dikarenakan kurangnya pengenalan melalui media sosial menjadikan Maya Wortel sulit untuk diketahui khalayak ramai khususnya apabila pengunjung tersebut berasal dari luar daerah. Hal ini dilakukan agar diharapkan mampu membuka peluang besar bagi Maya Wortel agar mendapatkan lebih banyak pengunjung setelah melakukan promosi melalui Instagram. Berdasarkan latar belakang maka dibutuhkan strategi pemasaran untuk meningkatkan pengunjung dengan menggunakan *platform* Instagram.

1.2 Tujuan

1. Menganalisis perkembangan promosi pariwisata di sektor pertanian melalui media sosial di perkebunan Maya Wortel Kabupaten Sukabumi.
2. Menganalisis kelayakan pengembangan bisnis menggunakan analisis non finansial dan finansial laba rugi, *R/C ratio*.